

PENSAMIENTO DOMINANTE, EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Dominant thought, education and mass media

ANTONIO LUIS TERRONES RODRÍGUEZ*

Universitat de Valencia/ Valencia- España

Pontificia Universidad Católica del Ecuador/ Quito-Ecuador

antonioluis.terrones@gmail.com

Código Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-4015-8537>

Resumen

Comunicar es algo más que transmitir información. El desarrollo de la tecnología e internet han revolucionado el acto de comunicar en el mundo y se han creado nuevos espacios de comunicación. Los medios de comunicación suelen estar al servicio de un determinado poder, que puede ser público o privado. Sin embargo en este artículo se pone el acento en los intereses que tienen determinados poderes del ámbito privado y el uso que hacen de los medios de comunicación para defender y promover dichos intereses. No obstante, ese poder también puede dar lugar a formas de resistencias que sirvan para subvertir el orden establecido. Los medios de comunicación sirven como altavoces del pensamiento único y en ocasiones no permiten la creación y recreación de nuevas perspectivas desde las que considerar la realidad. Pero los medios de comunicación también pueden convertirse en una herramienta para construir una ciudadanía crítica en lo referente a la interpretación de los hechos. Esa ciudadanía crítica puede sentar las bases de lo que posteriormente puede ser considerada la ciudadanía mediática. La educación puede brindar un hermoso escenario para la formación rigurosa de esa ciudadanía mediática que se enfrente a los nuevos tiempos de la comunicación desde una perspectiva crítica y consciente. Los nuevos tiempos requieren de una ciudadanía que sepa estar a la altura de las exigencias mediáticas.

Palabras clave

Medios de comunicación, intereses privados, actitud autocrítica, pensamiento dominante, educación crítica, ciudadanía mediática.

Forma sugerida de citar: Terrones Rodríguez, Antonio Luis (2018). Pensamiento dominante, educación y medios de comunicación. *Sophia: colección de Filosofía de la Educación*, 24(1), pp. 313-336.

* Licenciado en Filosofía. Máster en “Ética y Democracia”. Doctorando en desafíos éticos de la inteligencia artificial. Profesor de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El autor agradece a la Ph.D. Amparo Muñoz Ferriol, directora del trabajo de fin de Máster, por la ayuda prestada para la redacción de este artículo y a la abogada María José Rodríguez Hernández por los consejos brindados.

Abstract

Communicating is more than just transmitting information. The development of technology and the Internet have revolutionized the act of communicating in the world and new communication spaces have been created. The media are usually at the service of a certain power, which can be public or private. However, in this article the emphasis is placed on the interests that certain powers of the private sphere have and the use they make of the media to defend and promote those interests. However, this power can also give rise to forms of resistance that serve to subvert the established order. The media serve as speakers of unique thinking and sometimes do not allow the creation and recreation of new perspectives from which to consider reality. But the media can also become a tool for building critical citizenship in interpreting facts. This critical citizenship can lay the foundations for what can subsequently be considered media citizenship. Education can provide a beautiful setting for the rigorous formation of that media citizenship that faces the new times of communication from a critical and conscious perspective. The new times require a citizenship that knows how to live up to the demands of the media.

Keywords

Mass media, private interests, self-critical attitude, thinking dominant, criticizes education, citizenship media.

314



Introducción

Los medios de comunicación juegan un papel en la sociedad y en ocasiones pueden representar un arma de doble filo. La información ofrecida está elaborada a partir de unos intereses que carecen de ser éticos. Sin embargo, los medios de comunicación también pueden ser espacios de surgimiento de resistencias frente a poderes o conductas poco éticas. Es importante que la ciudadanía sea cuidadosa con la información que recibe y que la procese desde una actitud crítica. Si la ciudadanía no es crítica corre el peligro de reproducir un pensamiento único y de no crear y recrear nuevas ideas que puedan enfrentar las situaciones carentes de justicia. Así pues, nos encontramos ante un importante desafío que consiste en la formación crítica de una ciudadanía orientada hacia el aspecto mediático y que sepa enfrentar la realidad de manera consciente y valiente.

El objetivo de este artículo es el reflexionar sobre el fenómeno al que se enfrenta la sociedad de hoy en día, con el fin de plantear una perspectiva que encuentre su origen en una nueva propuesta educativa. Esa nueva propuesta educativa tendrá que ir encaminada hacia la formación de un *ethos* mediático de la ciudadanía para saber enfrentar los nuevos tiempos.

Los programas educativos deben ir orientados desde edades tempranas para combatir el pensamiento único y construir una mentalidad abierta a nuevas perspectivas sobre el mundo. Lipman, con su programa de Filosofía para Niños, ya apuntó hace años hacia la apertura de miras a partir de una actitud cuestionadora. Debemos construir una ciudadanía

mediática y aprovechar los medios de comunicación para pensar nuevos escenarios donde la justicia, y no la injusticia, sea el patrón básico de construcción de nuestra realidad. Y es que la Filosofía está muy vinculada a la Educación, pues la *praxis* educativa puede ser observada perfectamente desde la óptica filosófica como plantea Rubén Bravo (2008).

La metodología de investigación empleada consiste en el análisis bibliográfico de las propuestas de varios autores especialistas en este campo, así como la de una lectura personal de la realidad a la que me enfrento, siempre desde un plato hermenéutico.

A lo largo del artículo se procederá a la presentación de los viejos y nuevos medios de comunicación desde el terreno de las fronteras emergentes. La relación entre poder y comunicación también debe ser abordada para conocer el nuevo escenario en el que se encuentra inmerso la ciudadanía. Además, y como propuesta, planteo que los sistemas educativos construyan una nueva *praxis* educativa orientada hacia la formación de una ciudadanía crítica y valiente para los nuevos tiempos mediáticos, en definitiva, una ciudadanía mediática, como se abordará al final de este artículo.

315



Viejos y nuevos medios de comunicación

Comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información. El proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso. El significado sólo puede comprenderse en el contexto de las relaciones sociales en las que se procesan la información y la comunicación (Castells, 2009, p. 87).

Siguiendo a Castells (2009) se distinguirá entre comunicación interpersonal y comunicación social. La interpersonal se produce entre dos personas y es interactiva. En el segundo caso se puede encontrar la comunicación de masas, que está dirigida a toda la sociedad, puede ser interactiva pero normalmente es unidireccional. Dentro de ésta se encuentran la prensa, la radio y la televisión.

Internet y las nuevas tecnologías digitales y la telefonía móvil han desarrollado redes interactivas que comunican lo local con lo global, a menudo creadas por los propios usuarios de las redes. Se han registrado en 2008, 1 400 millones de usuarios de Internet y 3 400 millones de personas con telefonía móvil¹. La capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto. Desde un punto de vista

funcional y social los nuevos medios asociados a Internet no se pueden comparar con los medios de masas tradicionales, ya que Internet es una herramienta de trabajo, de estudio, de entretenimiento, información, etc.

La llamada blogosfera, YouTube, las llamadas redes sociales, como Facebook o twitter, foros de debate sociales, políticos, etc. son espacios Web con contenidos compartidos por los usuarios, son producto de esta revolución digital que ha generado la sociedad de la información y la llamada generación Net. Esta irrupción ha supuesto importantes cambios a muchos niveles: la definición de emisores y receptores en la que emisores y receptores son los medios y su presunta audiencia.

Desde una perspectiva social las redes cumplen con cuatro características (Marí Sáez, 2005, p. 81) que impactan en la forma en que se realiza la comunicación y en la creación de nuevos tejidos sociales y nuevas formas de solidaridad, las características serían estas:

- Flexibilidad: ya que es una red que se va construyendo sobre la marcha, abierta a las necesidades del entorno.
- Horizontalidad: ya que es una estructura descentralizada en la que los participantes en la red constituyen nodos autónomos con capacidad de decisión, la horizontalidad está al servicio de la participación.
- Interconexión: Son capaces de conectar diferentes ámbito que tienen sus propias características y particularidades.
- Cercanía: además de su carácter funcional para una mayor eficacia de la comunicación, de la transmisión de datos e información, es un proceso colectivo de creación de nuevos tejidos sociales y nuevas solidaridades, ya que pone en valor aspectos como la co-operación, y la participación.

La revolución Net ha tenido impactos sobre el avance de la cultura global, difundiendo formas de conducta y estilos de vida, generando una mayor tensión entre el individualismo y el comunalismo, ya que las redes al ser abiertas y comunicar lo local con lo global son un espacio más de multiculturalidad.

Así mismo, es importante advertir sobre los riesgos que conlleva esta revolución. Todas las tecnologías pueden utilizarse para oprimir y para liberar, pues este tipo de comunicación puede ser altamente funcional a las necesidades del capital de la economía globalizada, cuyo objetivo es ampliar su poder a estos nuevos espacios virtuales, poniendo la comunicación al servicio de intereses económicos. Al mismo tiempo han acelerado la emergencia de un nuevo sujeto político. Actores sociales y

ciudadanía de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores, a continuación veremos cómo esa capacidad se traduce en forma de poder.

Los medios de comunicación y el poder

La información y los medios están hoy al servicio de las empresas. Resulta demasiado difícil diferenciar entre un periodista y un comunicador de los intereses de un grupo empresarial, aunque ya sabemos que uno informa y otro elogia y oculta. Los periodistas por así decirlo se convierten en “periodistas empresariales” o “periodistas relaciona públicas”. Al igual que ocurre con la política se produce una pérdida de confianza de la ciudadanía lo que perjudica gravemente la credibilidad que ésta tiene en los medios. Se está produciendo lo que Ignacio Ramonet (1995) ha denominado como “endogamia político-mediática”.

Esto se puede ver en el momento en el que determinados medios de comunicación, que son propiedad de determinados grupos empresariales, censuran cierta información porque les puede ser perjudicial a la hora de obtener beneficio. Un dato que ejemplifica perfectamente esto es que en EE.UU. uno de cada cinco miembros de los directorios de medios corporativos es parte de esas multinacionales, que son de las 1 000 mayores del país². Dicho esto, no es de extrañar que algunos medios adopten medidas que estén en la línea de las políticas de determinados grupos.

Se puede asistir a la llamada “censura democrática”. Que no se produce como en los regímenes totalitarios, sino más bien por una sobreinformación que genera asfixia informativa y oculta información. Esta es otro indicador de la degradación democrática y de la forma de ejercer el poder en la sociedad.

El oficio de periodista ha sido denostado, la tradicional labor periodística muy unida en su nacimiento y concepción a la defensa de la libertad, la democracia y el pluralismo, ha sucumbido ante la triple alianza, medios de comunicación-poder económico-poder político. Esto unido a un tratamiento sensacionalista de la información, hacen del periodista un títere, «ahora son claramente más reactivos y menos meditativos y están más atentos a los acontecimientos pero son menos sensibles al contexto (Ramonet, 2011, p. 54). Se trata de un tipo de periodismo dirigido a que la opinión pública no entienda nada, y a enmascarar la realidad, que es lo contrario del espíritu del oficio, como señala a continuación Durandin.

La intención de engañar establece la diferencia que distingue la mentira del error involuntario. Pero este rasgo señala particularmente la desinformación. Efectivamente, mientras las mentiras entre personas son a menudo algo improvisadas, aquellas que se designan con el término de desinformación tienen un carácter organizado, son algo producido por servicios especializados (Durandin, 1995, p. 45) [...] en lo que denominamos desinformación, no existen mentiras caritativas, no hay “mentira piadosa”. La desinformación se hace en interés de desinformador y apunta, muy a menudo, a perjudicar al interlocutor (o bien a una tercera, por intermediación del interlocutor) (p. 45).

El poder de los medios de comunicación reside ahora en manos de un puñado de grupos económicos y financieros, así como también en las principales empresas multinacionales del planeta. Estos poderes económicos son los nuevos amos de la sociedad mundial, como comenta el director del periódico *Le Monde Diplomatique*:

La globalización, es por tanto también, la globalización de los medios de comunicación de masas, de la comunicación de la información y de la Red. Los amos de la Red son los mismos de un extremo a otro del planeta: Time Warner, Walt Disney Company, News Corporation y Bertelsmann, dominando las industrias del entretenimiento; Hewlett Packard, Samsung, Dell y Hitachi, primeros grupos de electrónica para el gran público; AT&T, NTT, Verizon y Deutsche Telekom, dominando el mercado de las telecomunicaciones; Alcatel, Nokia, Cisco Systems y Motorola, principales fabricantes de equipamiento de telecomunicaciones; Hewlett Packard, Dell, Acer y Lenovo, reinando en el mercado del material informático; Microsoft, Oracle Corporation, Symantec y SAP AG, primeros fabricantes de software informáticos; Facebook, MySpace y Twitter, principales redes sociales; Google, Yahoo! Y Bing, a la cabeza de los motores de búsqueda; y otras multinacionales como Apple, Sony, LG, Philips, eBay (propietario de PayPal), Amazon, etcétera (Ramonet, 2011, pp. 60-61).

Para analizar la relación entre poder y medios de comunicación es necesario establecer qué se entiende por poder en este trabajo. Se usará para ello la definición que realiza Castells en Comunicación y poder: “El poder es la capacidad relacional para imponer la voluntad de un actor sobre la de otro sobre la base de la capacidad estructural de dominación integrada en las instituciones de la sociedad” (Castells, 2009, p. 74).

El poder es pues relacional y la dominación es institucional, el poder requiere de la coacción (violencia) y de la construcción de significados (discurso) Las relaciones de poder han de llenarse de significados,

como por ejemplo el interés general, para obtener la aceptación del dominado y evitar el recurso a la violencia, estos significados son los que constituyen la legitimidad del poder, en palabras de Castells:

[...] pero la coacción por sí sola no puede afianzar la dominación. La capacidad para lograr el consentimiento o al menos para instilar miedo y resignación respecto al orden existente es fundamental para imponer las reglas que gobiernan las instituciones y las organizaciones de la sociedad. Y en todas las sociedades esas reglas representan las relaciones de poder incorporadas en las instituciones como resultado de los procesos de lucha y compromiso entre actores sociales enfrentados... (Castells, 2009, p. 74).

Así pues, el resultado y reflejo de las relaciones de poder son las instituciones, y organizaciones políticas y sociales, las cuáles constituyen lo que él denomina cristalización del poder.

Esta idea se corresponde con lo que Foucault en *Vigilar y castigar* (Foucault, 1976), llamó discurso y violencia como mecanismos a través de los que opera el poder para obtener la aceptación del dominado, en las cárceles, hospitales, escuelas es el discurso disciplinario el que legitima el poder. Pero las relaciones de poder son relaciones no sociales, continua Castells, ya que la violencia ejercida para mantenerla anula la capacidad relacional del dominado.

Si el poder es la capacidad de imponer la voluntad, entonces el foco ha de ponerse en encontrar la forma de modelar las mentes, de cambiar las conciencias, si la comunicación en sentido amplio, es el vehículo natural del ser humano para relacionarse, el poder se crea y se reproduce en esa interacción, como se comenta a continuación:

Si la batalla primordial para la definición de las normas de la sociedad y la aplicación de dichas normas a la vida diaria gira en torno al moldeado de la mente, la comunicación es fundamental en esta lucha, ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural (Castells, 2009, p. 24).

No obstante, el poder no puede abstraerse de las relaciones de los sujetos de poder, aunque esta relación es asimétrica, como señala Castells (2009), el poder no es absoluto, es aquí donde cabe la resistencia de los sometidos, cuando esta resistencia se vuelve más fuerte que el grado de aceptación es cuando las relaciones se transforman. En este sentido, partiendo de que todas las estructuras sociales están mediadas por el poder, para que se produzca la participación de un actor, es necesario que dicho actor intervenga en dichas relaciones de poder y esto siempre se

hace contra otros actores sociales, es decir se produce una confrontación competitiva. En este sentido las comunidades son estructuras sociales contradictorias surgidas del conflicto y la negociación, como se evidencia a continuación:

El proceso de institucionalización de las normas y reglas (dominantes), y el desafío a dichas normas y reglas por parte de actores que no se sienten bien representados en el funcionamiento del sistema, se producen simultáneamente, en un movimiento incesante de reproducción de la sociedad y producción de cambio social (Castells, 2009, p. 24).

Para desafiar las relaciones de poder existentes se necesitan discursos alternativos que puedan vencer la capacidad discursiva disciplinaria del estado reduciendo los niveles de aceptación de los dominados (modelar la mente), como paso necesario para neutralizar su uso de la violencia (uso de la fuerza y el discurso disciplinario de Foucault) y este discurso se produce hoy en los medios de comunicación, como aquí se señala:

Sostengo que el proceso de formación y ejercicio de las relaciones de poder se transforma radicalmente en el nuevo contexto organizativo y tecnológico derivado del auge de las redes digitales de comunicación globales y se erige en el sistema de procesamiento de símbolos fundamental de nuestra época (Castells, 2009, p. 24).

Para el investigador manchego, los medios de comunicación no son el Cuarto Poder, son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder. Los medios de comunicación hoy constituyen el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales (Castells, 2009, p. 263). Los medios de comunicación son el recurso esencial para controlar y dirigir a la población.

Los medios se han convertido en el pilar de la política, por ello Castells ha denominado hoy a la política, como política mediática, el que no tiene presencia mediática no existe. Por tanto, en el terreno político, el control de los medios de comunicación se traduce en el control del poder (Castells, 2009, p. 262). En este sentido, se pueden identificar perfectamente a los sujetos que detentan el poder, si se identifican y develan quienes son los propietarios de los medios de comunicación en el mundo y cuáles son sus conexiones con la política.

El papel de los medios en el cambio social. La sociedad red, algo más que un espacio virtual de comunicación.

Castells nos sugiere que si se puede cómo y quienes construyen el poder a través de los medios de comunicación, se puede buscar la forma

de subvertirlo, modelando las mentes, cambiando las conciencias donde se crea el poder, en los medios.

Ya se señaló anteriormente, que la coacción por sí sola no afianza la dominación, si las organizaciones sociales, las instituciones y discursos son la cristalización de dicho poder, el poder se reproduce a través de ellas y aunque es cierto que el sistema dominante se reproduce a través de sus instituciones, no es menos cierto que los agentes en contradicción pueden avanzar en sus posiciones dentro de las redes sociales.

En este espacio de resistencias se encuentra el germen del contrapoder que puede hacer posible el cambio. Las resistencias al poder y su capacidad de transformación se podrían explicar también desde el punto de vista de las teorías de la producción de Touraine y de estructuración de Giddens, ya que los agentes en resistencia producirían nuevas instituciones, organizaciones y discursos. De esta forma sus conceptos de estructura y agencia explicarían las dinámicas sociales de cambio, superando el reduccionismo estructuralista y subjetivista (Castells, 2009, pp. 34-39).

El cambio político supone la integración de los nuevos valores, reglas y normas en las instituciones y en toda la sociedad. Los cambios son procesos sociales, y en cuanto tal se toman su tiempo, hay que estar atentos a las señales y códigos de la comunicación que se producen en las relaciones sociales.

Los cambios tampoco vienen solos, son impulsados por actores sociales conscientes, inmersos de lleno en la realidad emergente que impregna nuevos valores ante la insuficiencia del sistema dominante.

Uno de los agentes de cambio hoy, son los movimientos sociales, que representan el nuevo sujeto político. Castells (2009) ha definido la acción política o procesos de cambio impulsados por los movimientos sociales como políticas insurgentes, que para él son las mediadoras entre el cambio cultural, o la toma de conciencia social y el cambio político.

Siguiendo al sociólogo, si como se ha dicho, los medios de comunicación en la sociedad red digitalizada, son los creadores de poder, los movimientos sociales actuales entrados en el espacio público a través de los medios de comunicación para disputar el poder dominante. “Estamos construyendo un contrapoder autónomo interconectando los movimientos y creando nuestras propias alternativas sin esperar al gobierno y ayudando a que otros las alcancen también. Pau, activista de Infoespai. Barcelona” (Juris, 2008, p. 282).

En el siglo XXI la sociedad se está construyendo alrededor de las redes digitales, en lo que el sociólogo manchego ha llamado la sociedad red.

La creación de redes de información y comunicación como Indy-media o la edición digital de código abierto ha sido decisiva para facilitar el acceso de la sociedad en la creación y control de medios de forma autónoma. De manera que los actores del contrapoder han accedido al medio más importante por el que se modelan las mentes, para crear nuevos valores e impulsar proyectos sociales y políticos.

Son los medios de comunicación alternativos, autogestionados y creados por los movimientos sociales para disputar la hegemonía (en términos gramscianos) al poder económico, los que están confrontando el poder donde este se crea, de-construyendo el discurso dominantes mientras construyen “otro discurso” sobre bases morales y de justicia. Estos medios junto a la telefonía móvil, le han permitido a los movimientos sociales convocar movilizaciones y protestas espontáneas como la que siguió a los atentados del 11 M, así como coordinar acciones conjuntas en todo el mundo, crear contenidos y mensajes propios en lo que Castells (2009) llama desobediencia civil electrónica en línea. En este marco de disputa del poder mediático han emergido incluso movimientos sociales que crean redes autogestionadas como el movimiento del código abierto, el proyecto alemán Oekonux (de oekonomy y Linux), una lista de distribución de gente comprometida con la investigación del orden poscapitalista basada en los principios del software libre. A las nuevas redes horizontales se las denomina autocomunicación de masas, “que incrementa de forma decisiva la autonomía de los sujetos comunicantes respecto a las empresas de comunicación en la medida en que los usuarios se convierten en emisores y receptores de mensajes” (Castell, 2009, pp. 23-24).

El problema de la multiculturalidad en la sociedad red también es abordado por Castells (2009), sosteniendo que la diversidad cultural, el encuentro entre las diferentes cosmovisiones, ha generado rechazo y exaltación de las identidades, islas de resistencia, y conflictos sociales, pero el encuentro, al mismo tiempo crea códigos de integración para producir la comunicación. Afirmando que los protocolos de comunicación entre diversas culturas son la clave de la sociedad red, pues sin ellos no habría red, sino eslabones dominantes y dominados, en la comunicación multicultural. Lo importante no es el contenido, sino el proceso mismo de la comunicación, ya que ella es la productora de los protocolos. Por lo tanto en el proceso mismo de la comunicación se van construyendo los protocolos necesarios, la cultura propia de la sociedad red. En la medida en que estas redes sean capaces de extender una cultura cosmopolita común, el proyecto de la democracia global estaría más cerca.

Los medios de comunicación como mecanismos de difusión del pensamiento único

Hace ya cinco décadas que se nos adelantaba lo que vendría a ser el llamado “pensamiento único. Dicho adelante lo podemos encontrar en la obra de Marcuse que recibe el título de *El hombre unidimensional* (Marcuse, 1984). El pensamiento unidimensional del que nos hablaba Marcuse, es precisamente lo que hoy ha acabado culminando en lo que se conoce como “pensamiento único”. Tal discurso se construye sobre el principio del predominio de lo *económico* sobre lo *político*. Marcuse nos presenta una sociedad unidimensional que se caracteriza por mostrarnos como racional aquello que en realidad es irracional. Así, podemos dilucidar ya, como la boyante racionalidad económica sobre la que se justifica el pensamiento único, es verdaderamente una irracionalidad en todo regla. Para enmascarar toda esa irracionalidad en forma de racionalidad, se ha construido un minucioso lenguaje justificador del *statu quo* (*discurso de Foucault*) (1999) que no deja ver las contradicciones y conflictos que genera este postulado en la realidad. Ni que decir tiene, que los amplificadores de este lenguaje son los *mass-media* que se encargan de divulgarlo por todos los rincones del mundo para perpetuarlo.

Esta manera de presentar las irracionalidades enmascaradas por formas de racionalidad, ocultando la perversa ideología sobre las que se levantan, va acompañada de un anuncio sobre la muerte conjunta de las ideologías y de la historia, es el fin de la historia, las ideologías han muerto, solo queda lugar para el pensamiento único. De esta manera se evita la posibilidad de plantear cualquier pensamiento crítico y alternativo, al del *establishment*, que pueda conducir hacia un cambio social significativo, pues aquí lo que interesa es mostrarnos la realidad como una foto fija inamovible e incuestionable. Es decir, como si la realidad social fuera algo “natural”. Los postulados imperantes, nos llevan a asumir, de una manera inconsciente, aspectos que no son normales como si de algo normal se trataran, considerando así que esa es la única manera posible de concebir.

Esta aparente solidez del llamado pensamiento único se levanta sobre un pilar caracterizado por la asunción acrítica y también sobre las ideas de *democracia* y *mercado*, ambas íntimamente ligadas a una supuesta libertad. Existe pues una constatable relación entre el pensamiento único y el modelo actual de los medios de comunicación, pues se tiene a representar la realidad como la única posible, como la representación extremadamente “objetiva” de dicha realidad. Los *mass media* por tanto construyen la realidad según sus intereses.

Los impresionantes avances científicos y tecnológicos de las últimas décadas han servido como estímulo para los postulados neoliberales del *laissez faire, laissez passer*:

La creencia en el carácter benéfico del *laissez faire* vino a sustituir a la depositada en la Divina Providencia: ambas prometían llevar al hombre por el buen camino, siempre que se respeten sus reglas. La fe en el mercado como panacea dio lugar, al decir de Polanyi (1944) a “la más violenta y extendida de las explosiones de fervor religioso que ha conocido la humanidad”. El universo de lo económico podía, e incluso debía, escapar a las reglas morales ordinarias puesto que se suponía que la “mano invisible” del mercado transmutaría los vicios del egoísmo privado en beneficio del conjunto social, justificándose la desigualdad en aras de una presunta eficacia (Albiñana, 2000, p. 36).

324



A este impulso, como consecuencia de los avances científico-técnico, hay que sumarle la desaparición de la Unión Soviética, algo que también facilitó la expansión de los postulados neoliberales. El creciente proceso de globalización, acompañado de un intercambio mundial de signos, se vio acelerado a raíz de la revolución informática y la comunicación. Estas revoluciones que han cambiado el orden del mundo han dado lugar a un gran estallido de dos sectores que hoy día se convierten en los pilares fundamentales de la sociedad capitalista contemporánea: las redes de información y el mercado financiero.

El mundo del mercado financiero, es un espacio que se ha visto beneficiado notablemente y perfectamente adaptado por las dos revoluciones antes mencionadas. Esto se debe a que reúne cuatro características que lo hacen más sensible a dichos cambios: es inmaterial, planetario, permanente e inmediato. Detrás de este mundo se esconde una ideología dominante: el pensamiento único, como señala Ignacio Ramonet:

Atrapados. En las democracias actuales, cada vez son más los ciudadanos que se siente atrapados, empapados en una especie de doctrina viscosa que, insensiblemente, envuelve cualquier razonamiento rebelde, lo inhibe, lo perturba, lo paraliza y acaba por ahogarlo. Esa doctrina es el pensamiento único, el único autorizado por una invisible y omnipresente policía de opinión (Ramonet, 1995, p. 26).

El primer principio sobre el que se asienta el pensamiento único es el de que *lo económico está por encima de lo político*. Un principio totalmente erróneo, pues los temas económicos son también temas políticos y por lo tanto se deben abordar desde el ámbito de la política económica. Los otros principios sobre los que se apoya el pensamiento único son ya

conocidos, aunque creo necesario volver a recordarlos para poder hacer una reflexión más adecuada de lo que en este artículo se está tratando de explicar. El mercado se convierte en ese espacio en el que existe una mano invisible que corrige las desviaciones del capitalismo en su curso de obtención de mayor beneficio, no de reparto, si no de obtención y aumento. Los mercados financieros son el epicentro de la actividad económica mundial diaria, cuyos signos de movimiento determinan la orientación de la economía a escala mundial; el libre intercambio como un aspecto incesante de actividades comerciales, que engullen a la sociedad en el consumismo; la división internacional del trabajo, que dificulta la organización de los trabajadores y disminuye sus derechos laborales; la pugna entre monedas, que luchan para ver cual está más fuerte; la competencia y competitividad, utilizada por los poderes económicos para justificar muchas de sus atrocidades; la desregulación, donde no existen normas que regulen los flujos económicos; la privatización, que se lleva a cabo con la excusa de reducir los déficits públicos y mejorar la economía, etc. En definitiva, el pensamiento único ha sido y es funcional al desarrollado del neoliberalismo.

La repetición constante de los medios da lugar a una fuerza intimidatoria de tal magnitud que mutila la capacidad reflexiva y hace muy difícil la tarea de resistir y de plantear alternativas frente a ese sistema.

La televisión se encuentra en el puesto más alto de los medios de comunicación con más influencia sobre la sociedad. Millones de personas se convierten todos los días en telespectadores al ver el telediario y otros programas con gran atención. La enorme audiencia de la televisión supera, y con creces, a las personas que leen la prensa escrita diaria. La gran audiencia de la televisión motiva fuertes deseos de acaparamiento entre los agentes publicitarios y políticos. Este fuerte deseo de acaparamiento se debe a que la televisión es un importante foco de atracción de consumidores, votantes, productos, ideas, etc. La televisión ejerce por tanto una influencia de gran magnitud sobre la formación de opinión y eso que Castells (2009) llama *modelar la mente*, y a lo que también Chomsky y Ramonet hacen referencia.

Informar era, en cierto modo, proporcionar no sólo la descripción precisa y verificada de un hecho, de un acontecimiento, sino igualmente un conjunto de parámetros que permiten al lector comprender su significación profunda. Era dar respuesta a preguntas elementales: ¿Quién ha hecho qué? ¿Con qué medios? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿En qué contexto? ¿Cuáles son las causas? ¿Cuáles las consecuencia? (Chomsky y Ramonet, 1995, p. 86).

Así pues, desde que el poder de la televisión ha primado sobre la prensa como herramienta, “informar es, desde entonces, mostrar la historia en marcha o más concretamente, hacernos asistir en directo al acontecimiento” (Chomsky y Ramonet, 1995, p. 87). Ya no importa comprender, lo único que importa es ver, por lo tanto la figura del periodista ha pasado a un segundo plano detrás de la cámara, y ver no es lo mismo que comprender como quieren hacer creer a la ciudadanía. Como decía el poeta romano Horacio “somos engañados por la apariencia de la verdad” (Ortega Blake, 2013, p. 20). No podemos retroceder en el tiempo y reducirnos a la idea de que solo ver es comprender.

La extrema dependencia o extrema explotación de las imágenes supone un problema, puesto que el carácter visible de un hecho no puede explicar la complejidad o la esencia que rodea a ese hecho. Los acontecimientos verdaderamente importantes, difícilmente pueden ser comprendidos y explicados a través de imágenes. ¿Cómo explicar, por ejemplo, con imágenes el conflicto social que hay en Ucrania en estos momentos? Los telediarios, que son el centro de la información televisiva, se ven abocados a popularizar lo superfluo a través de disturbios, asesinatos, enfrentamientos, incendios, para así influir en las emociones de la ciudadanía, cuando más bien lo que hay que hacer es estimular la reflexión para lograr una buena comprensión del hecho tratado. El telediario da pues prioridad antes a lo sensacionalista que a lo reflexivo, como se puede leer a continuación:

El defecto de este sistema es evidente: para ser ampliamente aceptadas condición indispensable de rentabilidad- las imágenes de agencia tienen que ser espectaculares a toda costa e interesar al mayor número de telespectadores. Tienden a poner mayor énfasis en el aspecto exterior del acontecimiento, en la anécdota, el escándalo y la acción (violencia sufrimiento, sangre, muerte), que en las ideas o en las explicaciones (Ramonet, 2003, p. 95).

En lo que respecta al concepto de veracidad de la información parece que un hecho adopta el estatus de veraz no porque tenga una correspondencia con criterios rigurosos objetivos, firmes y verificados en sus fuentes, sino muy por el contrario, porque otros medios de comunicación se encarguen de repetir una y otra vez las mismas afirmaciones y por lo tanto las confirme. Para expresarlo de otra manera, es algo así como si una mentira se repite muchas veces, pues al final parece acabar convirtiéndose en una verdad, *modelar la mente* de Castells (2009). La consecuencia de esta práctica repetitiva basada en la imitación o en la copia, da lugar a que la información de los medios se entremezcle de tal

manera que apenas se observe una diferencia. Esta ausencia de diferencia es vista como un solo sistema de información, por lo que hace muy difícil encontrar las diferencias.

Esto nos permite observar que la representaciones que nos ofrecen son cada vez más simples y homogéneas, paradójico esto, en un mundo multicultural con incesantes cambios y diferencias. No obstante, a continuación se presentará una propuesta que servirá como alternativa, y que se podría construir sobre un nuevo escenario educativo.

Propuesta: Los medios de comunicación como herramienta para la educación crítica y transformadora

Una mayoría de la población ha sido educada por los medios tradicionales de masas, la unidireccionalidad de estos medios ha transformado al sujeto social en un sujeto pasivo, receptor de información y datos, que han sido creados desde los medios de comunicación que como dijimos son los creadores de poder. Esta base social acrítica y pasiva ha sido el sustrato sobre el que ha descansado la concentración de poder que hoy existe a nivel planetario. La desactivación de la sociedad a través de los medios de comunicación de masas es un hecho que en la actualidad puede estar llegando a su fin, de mano de las redes de comunicación digitales como también hemos apuntado.

Noam Chomsky y Ramonet sugieren que la información es un proceso constructivo y relacional, unido a la movilización ciudadana para el que se requiere el esfuerzo investigativo y de análisis del receptor, se forma que este se convierte también en emisor. A continuación se puede leer la propuesta de ambos pensadores.

Primero, porque el informativo televisado, estructurado como una ficción no está hecho para informar, sino para distraer. A continuación, porque la sucesión rápida de noticias breves y fragmentadas (unas veinte por telediario) produce un doble efecto negativo de sobreinformación y desinformación. Y, finalmente, porque querer informarse sin esfuerzo es una ilusión que tiene que ver con el mito publicitario más que con la movilización cívica. Informarse casa y a este precio el ciudadano adquiere el derecho de participar inteligentemente en la vida democrática (Chomsky y Ramonet, 1995, p. 91).

La forma participativa en la que se construye la información, mediante el proceso de comunicación interactivo y global, están impulsando

cambios en la percepción de la realidad que ya no se presenta tan plana como en los medios tradicionales, sino que responde a una complejidad en la que están involucrados los sujetos como agentes de cambio.

Del desarrollo de actitudes cuestionadoras e indagadoras, por tanto crítica y reflexiva habla así mismo David Buckingham, cuando sostiene que “necesitamos desarrollar una teoría de la Educación para los Medios, que tenga en cuenta la actividad de los aprendices como constructores de sentido, y los constreñimientos sociales e institucionales bajo los cuales esa actividad se lleva a cabo” (Buckingham, 2000, p. 14). El comentario de Buckingham supone una importante reflexión pues hace referencia al aspecto educativo tan necesario para la formación de esa autonomía crítica que será abordada más adelante. No obstante, Buckingham no es el único pensador que hace hincapié en el aspecto educativo, pues Masterman también propone a este respecto.

328



La educación audiovisual resulta esencial no sólo para el ejercicio de nuestros derechos democráticos, sino también para defendernos de los graves excesos de la manipulación en los medios con fines políticos [...] la educación audiovisual es también un paso esencial en la larga marcha hacia una verdadera democracia participativa y en la democratización de las instituciones. La alfabetización audiovisual generalizada es esencial si queremos que todos los ciudadanos ejerzan el poder, tomen decisiones racionales, sean agentes efectivos del cambio y participen activamente en los medios. En este sentido amplio de ‘educación para la democracia’ es donde la educación audiovisual puede jugar el papel más significativo (Masterman, 1993, p. 28).

En el último epígrafe se abordará la cuestión de la autonomía de la ciudadanía para estar bien formada en los medios de comunicación. Sin embargo, este nuevo concepto tendrá en cuenta la educación que será tratada a continuación, por supuesto en el sentido crítico, además de la potenciación de la participación ciudadana, y la urgente necesidad de transformar la información que facilitan los medios en conocimiento para acrecentar nuestro crecimiento moral.

A tener en cuenta una premisa importante que representa y que señala Masterman cuando se refiere al experimento que llevó a cabo el profesor de arte de Nottingham, Fred Bazler (Masterman, 1993, pp. 35-36). Los medios no son neutrales, construyen la realidad interesada cargada de los valores de los que lo manejan. Estas construcciones se realizan a través de unos signos o sistemas simbólicos que son representaciones de dicha realidad, por ello resulta necesario descifrar la utilización de esos signos y su combinación, es decir, descifrar el significado que se les ha

otorgado. La interpretación crítica de ese *sistema de símbolos*, para develar el sustrato del poder y la manipulación, es imprescindible en el horizonte de la transformación de discursos y el cambio en la correlación de fuerzas, como Mastermann señala a continuación.

El poder ideológico de los medios es, en cierto modo, proporcional a la aparente naturalidad de sus representaciones, puesto que la potencia ideológica de un producto de los medios radica principalmente en la capacidad que tengan los que lo controlan y lo elaboran, para hacer pasar por real, verdadero, universal y necesario lo que son construcciones inevitablemente selectivas y cargadas de valores, en las que se inscriben intereses particulares, ideologías y modos de entender (discursos) (Masterman, 1993, p. 36).

Existe un programa educativo que es el programa de Filosofía para Niños, como una alternativa de acción educativa para desarrollar lo que Lipman (1998) denomina como el pensamiento complejo. Dentro de este pensamiento complejo se puede encontrar la crítica de dicho pensamiento. La dimensión crítica propone una educación orientada desde la vida y para la vida, que esté inmersa en la realidad, que pronuncie el mundo en el sentido freiriano. En este sentido todos los valores y concepciones arraigados en la educación han de pasar por este análisis crítico, desde la producción del conocimiento y por tanto los contenidos educativos, hasta las propuestas pedagógicas, ya que lo que se propone es una educación y conocimiento que parte desde la realidad misma, por tanto con un sentido dinámico, cambiante y relacional y por tanto colectivo.

En este sentido y respeto al objetivo que ha de lograr la educación audiovisual Masterman propone que los alumnos han de lograr *autonomía crítica* en el sentido en el que lo expone a continuación:

Debo decir que uno de los objetivos primeros de la educación audiovisual no debe ser obtener de los alumnos la capacidad de reproducir fielmente las ideas, los puntos de vista críticos o la información que le proporcione el profesor. Tampoco debe consistir únicamente en alentar la propia perspectiva crítica de los alumnos en el aula, por muy importante que esto sea. La labor, realmente importante y difícil, del profesor de medios consiste en desarrollar suficientemente en los alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica para que sean capaces de aplicar juicios críticos a los documentos de los textos que *encuentren en el futuro*. La dura prueba de cualquier programa de educación audiovisual es comprobar la medida en que los alumnos son críticos en la utilización y comprensión de los medios cuando *el profesor no está delante*. El objetivo primordial no es simplemente el conocimiento y comprensión crítico, es la *autonomía crítica* (Masterman, 1993, p. 40).

El contenido no sólo ha de basarse en la adquisición de unas destrezas y habilidades técnicas para el manejo de los medios, en nuestra propuesta la educación ha de ser sociocéntrica, educando a los alumnos en el análisis crítico de los medios, para que su uso y la creatividad se pongan al servicio de la sociedad.

Se trata de convertir la clase en una comunidad de investigación para que el alumnado sea capaz de identificar los diferentes discursos que subyacen en las redes de comunicación, para que realicen una búsqueda contrastada por diversas fuentes de la información.

La propuesta presentada en este trabajo, va más allá, ya que en esa interacción de la clase con la realidad, desde la vida y para la vida, se requiere una abertura al entorno, no basta con el análisis de los discursos, es necesario incorporar la realidad, establecer el diálogo intersubjetivo con los diferentes agentes involucrados en la comunicación, contrastar los discursos con la realidad, ponerlos a pisar tierra en ese proceso investigativo. Esta es la forma en la que se podrá incorporar la pluralidad de sujetos a los discursos creados por la comunidad investigadora o clase.

En este caso, la actividad de la comunidad de investigación aportará diferentes enfoques para en análisis, lo que enriquecerá en gran medida el proceso de aprendizaje y construcción de conocimiento/información, puesto que existen una amplia gama de percepciones y experiencias que pueden ser contrastadas. Esta situación rompe de lleno con la educación tradicional bancaria de la que habla Paulo Freire (2003). A través del diálogo intersubjetivo, la educación audiovisual será una enseñanza cuestionadora y crítica del pensamiento único creado por el discurso dominante, como se señala a continuación:

Un enfoque filosófico del aprendizaje, que no es un simple método pedagógico, y menos una serie de técnicas que los profesores pueden poner en práctica el lunes por la mañana, sino unos principios orientadores hacia un proceso complejo, que se enfrentan a muchos de los enfoques de enseñanza y aprendizaje de sentido común (Masterman, 1993, p. 47).

En el siglo pasado y en el entorno de los medios tradicionales de masas, caracterizados por la unidireccionalidad del mensaje, surgió la preocupación en el ámbito educativo por los efectos que estos medios estaban teniendo sobre la sociedad y el sujeto. En este contexto se situaba el análisis del papel relevante que jugaron los *mass media* en la creación del hombre unidimensional y el pensamiento único (Marcuse, 1984). Los investigadores sociales identificaron el riesgo que suponía para la sociedad una comunicación unidireccional cargada de un discurso interesado que no repre-

sentaba la realidad de muchos de los receptores, cuyo objetivo es dominar a la sociedad mediante la penetración del mismo en las mentes (modelar la mente), Castells (2009). Los *mass media*, y la televisión sobre todo, estaban produciendo un sujeto social receptor, pasivo y acrítico, que imposibilitaba cualquier intento de cambio social, como se puede leer más adelante:

Distintos sectores de la sociedad civil, organizaciones populares y movimientos sociales pueden incidir más eficazmente en la definición de los contenidos de los medios de comunicación a partir del análisis de los procesos de recepción. Un aspecto central del debate actual se enfoca en el papel de las instituciones sociales en la articulación conjunta de la demanda cultura, sobre todo colectivamente [...] El pensamiento pedagógico y filosófico de Paulo Freire ha sido muy significativo en la configuración de muchos de los proyectos de la ER. Gran parte de lo que está en juego en la discusión actual de la ER en América Latina es el derecho de los sujetos, individuales y colectivos, así como el derecho de los pueblos a decir su palabra a través de los medios de comunicación frente a un emisor minoritario, muchas veces ajeno a la realidad de nuestro continente (Masterman, 1993, p. 25).

331



En el campo educativo surgió la ER- Educación para la recepción, como una experiencia educativa que intentaba poner en tela de juicio la supuesta neutralidad de los medios de comunicación, para a partir de ahí educar a los ciudadanos en la autonomía crítica y activa. Efrén Orozco, habla de esta experiencia:

Lo que a nuestro juicio identifica a las diversas experiencias de la ER como tales, es la preocupación por hacer que los sujetos receptores, individuales y colectivos tomen distancia de los medios de comunicación y sus mensajes, que les permita ser más reflexivos, críticos y, por tanto, independientes y creativos; esto es, que les permita recobrar y asumir su papel activo en el proceso de la comunicación (Orozco Gómez y Charles Creel, 2002, p. 21).

Sin embargo, la irrupción de los nuevos medios de comunicación ha superado dicha propuesta. Las redes de Internet presentan características que permiten una comunicación horizontal, abierta e interactiva, como ya se ha visto. Donde los sujetos ya no son receptores sino emisores y receptores simultáneos en tiempo real, de manera que la comunicación y los discursos que se generan en ella son una construcción plural, por las redes no circula un discurso dominante, hay una pluralidad de discursos.

En estos momentos los movimientos sociales ya no persiguen tanto tener una incidencia sobre los medios, sino que ellos son actores co-

nectados, productores de discursos en una relación horizontal. Las nuevas tecnologías permiten desarrollar la autonomía personal.

Esto no significa que el riesgo del dominio haya desaparecido, por ello la educación crítica sobre los medios de comunicación sigue viva. La ley orgánica de comunicación aprobada en el año 2013 por la Asamblea Nacional de Ecuador, es un ejemplo de que si es posible la participación de diversos sectores de la población en la elaboración y gestión del contenido informativo de los medios de comunicación³.

Es posible fomentar la participación por medio de una educación dotada de sentido crítico y reflexivo, asumiendo el modelo comunicativo que se está adoptado en el presente trabajo, que es el del diálogo freiriano enmarcado dentro del programa de Filosofía para Niños. Este diálogo es un encuentro de reflexión y acción, encaminado hacia la transformación y la humanización del mundo, rompiendo así con los esquemas de falta de criticidad y de pasividad promovidos por el pensamiento dominante. Lo importante es que no solo se fomentará la participación crítica y reflexiva en la escuela para que se dé un acercamiento a la comprensión de los medios de comunicación, sino que se fomentará en otros ámbitos de la vida como la familia, las asociaciones de vecinos, los movimientos sociales, etc. La educación crítica y reflexiva sobre los medios de comunicación supone tejer un hilo conductor entre la reflexión y la acción, entre la teoría y la praxis, descubriendo así nuevos espacios sociales desde los que construir una democracia participativa. Además, como se podrá leer más adelante, la ciudadanía mediática es otro de los pilares sobre los afrontar el desafío que sugieren los medios de comunicación.

La autonomía crítica como autonomía mediática: La ciudadanía mediática

Como hemos estado viendo a lo largo de este artículo, uno de los objetivos primordiales de la educación en y sobre medios de comunicación, es el fomento de la autonomía de los educandos y de la ciudadanía. Se ha visto también que en un contexto de constante influencia mediática por parte de los mass media, educar para la autonomía supone en un primer momento educar en la capacidad de crítica. Es decir, educar en la capacidad para la interpretación crítica y reflexiva, en tanto que cívica, de la información que ofrecen los medios, dilucidando los posibles intereses e intenciones que puede tener. Se trata de fomentar una ciudadanía autónoma en lo mediático, ya que esto es imprescindible para la construcción

de una democracia participativa, porque una ciudadanía mediática es también una ciudadanía activa. Para ello, es decisivo fomentar la sensibilidad moral en el siguiente sentido.

Dicho de otro modo, es menester, para el cultivo del pensamiento crítico, enriquecer la capacidad argumentativa con el recurso a la sensibilidad moral, abriendo la inteligencia a la perspectiva, los derechos y los intereses legítimos de los demás. En este punto, la tecnología comunicativa nos pone en contacto con relatos e imágenes que son de gran ayuda para educar en esta sensibilidad moral contribuyendo a humanizar el pensamiento, por así decirlo, para que finalmente éste vaya asumiendo aquellas responsabilidades personales tan necesarias para una ciudadanía activa (Gozálvez Pérez y Aguaded Gómez, 2012, pp. 6-7).

La educación ha de ser capaz de fomentar el empoderamiento para el desarrollo de una vida autónoma en medio de una realidad que influye constantemente y que impone unos valores y estilos a través del pensamiento dominante. La educación tiene que contribuir al desarrollo humano, y este no puede darse sin los “otros diversos” por tanto ha de orientarse hacia una participación plena de la vida política, social, cultural y económica. Educar para construir una ciudadanía activa no puede dejar al margen los medios de comunicación ni obviar la sociedad red en la que se vive y se configura la ciudadanía. Por ello la educación ha de estar presente en los medios de comunicación y estos en la educación. El profesor Vicent Gozálvez (2012), habla de una “ciudadanía mediática”, en el sentido cívico de la palabra, el sujeto participante en las redes de comunicación ha de ser ciudadano crítico en el sentido en el que nos lo expone Buckingham, pues él señala que sin conciencia crítica, no puede darse la autonomía necesaria para construir una ciudadanía (Buckingham, 2003, p. 107). Los sistemas educativos, además de enfrentarse al reto mediático, también se enfrentan a cuestiones que tienen que ver con las pluralidades que conforman la sociedad en el sentido que lo destaca Vivas-Herrera (2015), no obstante, eso sería objeto de otro trabajo.

Educando para una ciudadanía interpretativa, se estará consiguiendo no sucumbir al pensamiento dominante, y no estar teledirigidos en el sentido que plantea Giovanni Sartori (2001). Además, es necesario tejer redes de intersubjetividad basadas en el diálogo en los sistemas educativos para llevar a cabo de mejor manera el acto hermenéutico en el sentido en el que ya planteé en otro momento (Terrones Rodríguez, 2017).

No obstante, y no está de más volver a recordar, la capacidad crítica está ineludiblemente acompañada de una capacidad autocrítica, pues el programa educativo alternativo de Filosofía para Niños, tiene como



componente primordial, la capacidad autocorrectiva, que está ligada a la capacidad de autocrítica. Educar para la autonomía mediática en el sentido crítico, es educar en una opinión racional y razonable.

La educación en los medios a la que se está haciendo referencia viene a ser expresada muy bien por Vicent Gozálvez:

La educación mediática es el esfuerzo por transportar a la persona desde la hermenéutica enturbiada y pasiva hacia una hermenéutica creativa y actuante, hacia un modo de interpretar y dar sentido que impone distancias, que duda, que recela o aclama, que piensa sobre las emociones y los valores en relación con los medios y que desde ahí busca críticamente. Una hermenéutica bien educada empuja a la persona hacia criterios ponderados de valoración audiovisual, hacia una hermenéutica autónoma que ayuda a superar el desánimo manipulable o el recelo sistemáticamente cínico de momentos anteriores. Dicho de otra manera, la educación trabaja por alcanzar la meta del ciudadano audiovisual como hermeneuta libre, preparado para agrandar su libertad de un modo éticamente activo (Gozálvez, 2012, p. 156).

Una vez que se ha llegado hasta aquí, lo que es importante mostrar es que en la sociedad red en la que nos encontramos inmersos, gran parte de la comunicación humana se desarrolla en los medios de comunicación interactivos de masa. No es posible una educación al margen del hecho de la sociedad red, por lo tanto, sin descuidar los riesgos a los que se ha apuntado y precisamente para evitarlos, es importante aprovechar las ventajas que éstas ofrecen en términos de construcción de la participación ciudadana y transformación de la democracia, conscientes de las dificultades que conlleva la comunicación en un entorno multicultural, se propone promover la participación plural tanto en la clase como en los medios a través del método dialógico.

Conclusión

La ciudadanía debe estar a la altura del tiempo “mediático” que le ha tocado vivir. Tiene obligación de aprovechar todas las herramientas tecnológicas para formarse en una nueva dimensión, la mediática. El progreso tecnológico sigue su curso, y esto afecta de manera importante a los medios de comunicación. En medio de un mundo en el que estamos inmersos por la lluvia constante de información, es necesario que adoptemos una dimensión crítica y transformada, y los medios de comunicación nos pueden servir para eso. Esto es, o adoptamos una actitud crítica frente

a los medios de comunicación o los medios de comunicación cegarán nuestra dimensión crítica. Así pues, la educación representa un campo fascinante en el que invertir estos esfuerzos de la formación de una ciudadanía mediática para el siglo XXI.

A lo largo de este artículo se ha reflexionado sobre el fenómeno al que se enfrenta la ciudadanía del presente, y se ha llegado a la conclusión de que si no constituimos juntos, entre todos y todas, nuevas *praxis* educativas orientadas hacia la formación de un nuevo *ethos mediático*, difícilmente vamos a poder enfrentarnos a lo que está aconteciendo y a lo que aún está por venir.

Notas

- 1 Véase <https://www.xatakamovil.com/mercado/la-gran-industria-de-la-telefonía-movil>. Consultado el 20 de septiembre de 2017.
- 2 Véase <http://rebelion.org/noticia.php?id=9638>.
- 3 Véase la ley en <http://ecuador.indymedia.org/media/2012/02/38137.pdf>

335



Bibliografía

- ALBIÑANA, Antonio
2000 *Pensamiento crítico vs. Pensamiento único*. Madrid: Debate.
- BRAVO, Rubén
2008 Elementos para pensar la Educación. *Sophia: Colección de Filosofía de la Educación*, 4, 71-96.
- BUCKINGHAM, David
2000 *Más allá de la dependencia: Hacia una teoría de la Educación para los Medios*. Comunicar, 14, 57-62.
- CASTELLS, Manuel
2009 *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- CHOMSKY Noam & RAMONET, Ignacio
1995 *Como nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- DURANDIN, Guy
1995 *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, Michel
1976 *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.
1999 *Arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- GOZÁLVEZ, Vicent
2012 *Ciudadanía mediática*. Madrid: Editorial Dykinson.
- GOZÁLVEZ, Vicent & AGUÁDEZ, José
2012 Educación para la autonomía en sociedades mediáticas. *Anàlisi*, 45, 1-14.
- JURIS, Jeffrey
2008 *Networking Futures, the Movement Against Corporate Globalization*. Durham: Duke University Press.

- LIPMAN, Matthew
1998 *Pensamiento complejo y educación*. Madrid: Ediciones la Torre.
- MARCUSE, Herbert
1984 *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Ariel.
- MARÍ SÁEZ, Víctor Manuel
2005 Nuevas tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social. En: VV.AA., *Solidaridad en red. Nuevas tecnologías, ciudadanía y cambio social*. Bilbao: Hegoa.
- MASTERMAN, Len
1993 *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo y CHARLES CREEL, Mercedes
2002 *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*. México: Trillas.
- ORTEGA BLAKE, Arturo
2013 *El gran libro de las frases célebres*. México.
- RAMONET, Ignacio
1995 *El pensamiento único*. Le monde diplomatique. Enero.
2003 *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
2011 *La explosión del periodismo: de los medios de masas a la masa de medios*. Madrid: Clave intelectual.
- TERRONES RODRÍGUEZ, Antonio Luis
2017 La construcción de la intersubjetividad desde la hermenéutica trascendental. *Sophia: Colección de Filosofía de la Educación*, 22, 173-190.
- VIVAS-HERRERA, Jonathan A.
2015 Pensando la educación desde lo plural: el “animal educandum, ex diversitate” en el acto educativo. *Sophia: Colección de filosofía de la Educación*, 18, 37-54.

Fecha de recepción del documento: 18 de julio de 2017

Fecha de revisión del documento: 15 de agosto de 2017

Fecha de aceptación del documento: 15 de septiembre de 2017

Fecha de publicación del documento: 15 de enero de 2018